

Стрілками на рис. 1 позначено напрями інформаційних і управлінських потоків. Фігурна стрілка відображає основний напрямок управлінських дій, а потовщена стрілка стратегії комерціалізації інноваційної продукції конкретного підприємства.

В блоці «Підсистема управління стратегіями комерціалізації інноваційної продукції» (рис. 1) зазначені основні функції, що їх реалізує дана підсистема, методичні підходи до реалізації окремих з них викладено у колективних монографіях [1, 2].

Узагальнюючи викладене слід зробити висновок, що автором розроблено методологічні засади формування організаційно-економічного механізму управління комерціалізацією інноваційної продукції підприємства. Він дозволяє враховувати інтереси учасників системи створення, виготовлення, просування і збуту інноваційної продукції, сприяє забезпеченню їх узгодженої взаємодії. Практичне впровадження зазначеного механізму у практику інноваційної діяльності підприємств сприятиме швидкій реалізації їх інноваційних продуктів за рахунок урахування у їх характеристиках інтересів суб'єктів інноваційного процесу, забезпечує мінімізацію ризиків у процесі просування та збуту інноваційних товарів, підвищить ефективність їх діяльності на внутрішніх та зовнішніх ринках.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на удосконалення існуючих і розроблення нових методів та інструментів, що реалізують функції підсистем зазначеного механізму.

Список літератури:

1. Інструменти та методи комерціалізації інноваційної продукції : монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С.М., к.е.н., доц. Біловодської О.А. – Суми : Триторія, 2018. – 382 с.
2. Управління комерціалізацією інноваційної продукції : монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С.М., д.е.н., доц. Біловодської О.А. Суми : Триторія, 2019. 303 с.

СКЛАДОВІ КОМПЛАСНС-ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Кобелева Тетяна Олександрівна,
к.е.н., доцент
Національний технічний університет

Сьогодні комплаєнс у всьому світі, і в Україні зокрема, набуває з кожним днем все більшої актуальності. У розробці та впровадженні комплаєнс-програм зацікавлені як власники підприємств, так і топ-менеджери, адже зазвичай порушення обов'язкових вимог призводить як до фінансових втрат організації, а іноді і до ліквідації організації, до кримінальної відповідальності керівників. Комплаєнс-порушення на українських підприємствах продовжують залишатися актуальною темою, так як їх наявність є причиною суттєвих матеріальних та фінансових втрат для вітчизняного бізнесу. Подальше погіршення економічного стану країни і зниження рівня ділової активності змушують вітчизняний бізнес приділяти більше уваги на підвищення ефективності їх бізнес діяльності, зменшення витрат та втрат через управлінські та організаційні недоліки і комплаєнс-порушення з боку працівників підприємств.

Комплаєнс-програма (Compliance System) промислового підприємства - це універсальна, визнана міжнародним співтовариством система протидії комплаєнс-загрозам і управління комплаєнс-ризиками, яка забезпечує відповідність діяльності підприємства вимогам державних органів, саморегулювальних громадських та інших організацій, відповідність нормам права, правилам, рекомендаціям, положенням і стандартам, що регламентують діяльність промислового підприємства.

Основні вимоги комплаєнс (прозорість бізнесу, дотримання юридичних і етичних норм і положень) повинні бути реалізовані системою управління комплаєнс-програмою, яка може бути побудована і реалізована на практиці з використання наступних етапів (рис. 1):

- формулювання цілей і цінностей підприємства, які повинні бути досягнуті;
- характеристика бізнес-операцій, нормативно-правового середовища;
- визначення внутрішніх і зовнішніх ризиків;
- побудови системи оцінки ризиків;

- розробка системи управління ризиками;
- формування комплаєнс-програми підприємства;
- функціонування системи комплаєнс-програми;
- розробка системи внутрішнього комплаєнс-контролю і моніторингу;
- навчання комплаєнс навичкам.

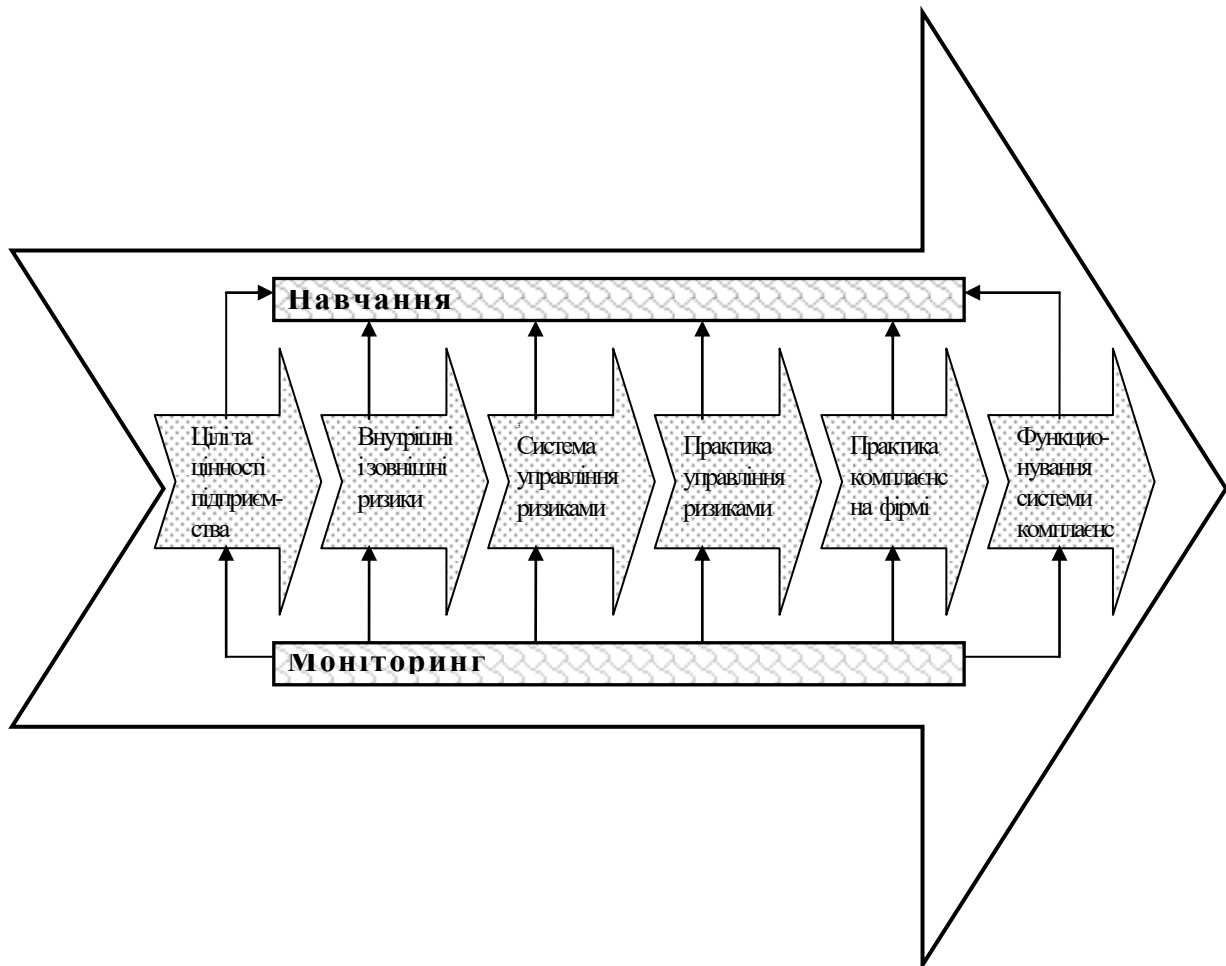


Рис. 1 - Програма комплаєнс: логічний процес побудови

Джерело: авторська розробка

Сьогодні для більшості українських підприємств впровадження та використання антикорупційної комплаєнс-програми не є пріоритетом, так як у них відсутнє навіть загальне розуміння концепції комплаєнса. Наше опитування підприємств з цього приводу показало, що більшість топ-менеджменту вітчизняних промислових підприємств вперше почуло термін «комплаєнс». Разом з тим, з огляду на світові та національні тенденції посилення боротьби з корупцією, з великою часткою ймовірності можна

прогнозувати, що обов'язок впроваджувати антикорупційні комплаєнс-програми на всіх підприємствах в Україні скоро буде закріплено на законодавчому рівні. Тому успіх ведення бізнесу вже сьогодні безпосередньо залежить від того, наскільки вище керівництво підприємств розуміє необхідність впровадження стандартів, що реалізуються в обов'язкових компонентах комплаєнс-програми.

Список літератури:

1. Перерва П.Г. Комплаєнс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр.- Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158.
- 2.Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії / П.Г.Перерва [та ін.] // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 114-120.
- 3.Перерва П.Г., Марчук Л.С. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.
- 4.Перерва П.Г., Нагі С., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
- 5.Кравчук А.В., Перерва П.Г. Ефективність як економічна категорія // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Харків : НТУ "ХПІ", 2018.– № 15 (1291).– С. 137-143.
- 6.Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності / П.Г.Перерва [та ін.] // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 121-127.
- 7.Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Моделювання стратегічної політики маркетингу конкурентоспроможності на засадах бенчмаркінгу // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10-23.
- 8.Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаєнс программа промышленного предприятия [учебник].– Харьков-Мискольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
9. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С. 51-55.
10. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові // НТУ "ХПІ" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2018. - № 37(1313).- С. 27-32 .
11. Pererva P.G., Kocziszký G., Somosi Veres M., Kobieliéva T.A. Compliance program: [tutorial] // ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszký, M. Veres Somosi. – Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. – 689 p.
12. Pererva P.G. Kocziszký György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
13. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки).– Х. : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 70-74.
14. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии /

- Учеб.пособие для машиностроительных специальностей инж.-техн.вузов. - Харьков : «Основа», 1993. - 288с.
15. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989.- 176с.

ОСОБЛИВОСТІ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Коренюк Захар Петрович,
учень
Науковий керівник Панченко Ольга Андріївна,
старший викладач
Дніпровський транспортно-економічний коледж

Процеси, які проходять в національній економіці в сучасний період викликають глибокі перетворення і вимагають зміни місця людини в суспільно-відтворювальному процесі. Дослідження окремих особливостей капіталізації людського потенціалу в умовах інноваційного розвитку присвячені праці таких видатних українських вчених як Н. П. Борецької [1], Л. І. Гальків [2], І. М. Капаруліної [3], І. М. Кравченко [4] та інших вчених.

Так, важливою умовою використання людського потенціалу є практична реалізація працівником своєї здатності до праці в суспільно-корисній діяльності. Отже, здобуті людиною під час навчання знання й певні навички, а також здібності, які вона зуміла в собі розвинути, тобто індивідуальний потенціал є пасивною формою продуктивної здатності, яка потребує активізації. Це можливо лише за умови реалізації працівником своєї здатності до праці в суспільно корисній діяльності, завдяки зайнятості. Проте з переходом до ринкових відносин, які базуються на конкуренції, неможливо забезпечити повну зайнятість працездатного населення, а отже, реалізувати весь людський потенціал. Природно, що в такому випадку формуються групи працездатних, які пропонують свою робочу силу або погоджуються з цією вадю ринку. Першу групу пов'язують з економічно активним населенням, але не буде помилкою його ідентифікація з економічно активними власниками індивідуального людського потенціалу, а другу – з економічно неактивними.